

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ
БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ
И СОЦИАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

Кафедра управления недвижимостью

КЛИМОВА
Наталья Андреевна

МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ ОРГАНИЗАЦИИ
НА ПРИМЕРЕ РЕКЛАМНОГО АГЕНТСТВА
ЧРУП «СВЕЖИЕ ИДЕИ»

Дипломная работа

Научный руководитель:
магистр экономических наук
Н. И. Климкович

Допущена к защите
«___» _____ 2015 г.
Зав. кафедрой управления недвижимостью
_____ Т. В. Борздова
кандидат технических наук, доцент

Минск, 2015

РЕФЕРАТ

Дипломная работа: 56 с., 1 рис., 8 табл., 55 источника, 5 приложений.

Ключевые слова: МАРКЕТИНГ, СТРАТЕГИЯ ОРГАНИЗАЦИИ, СТРАТЕГИЧЕСКИЙ МЕНЕДЖМЕНТ, РЕКЛАМНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, МАРКЕТИНГОВЫЕ УСЛУГИ, КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ

Объект исследования – маркетинговая стратегия ЧРУП «Свежие идеи».

Цель работы – изучение теоретических основ маркетинговой стратегии организации и путей ее совершенствования в современных условиях хозяйствования, изучение и выявление сильных и слабых сторон организации.

В процессе работы раскрыта сущность и современное значение маркетинга; выявлены особенности, задачи и функции стратегии маркетинга; определены основные маркетинговые стратегии современной организации; сделана общая характеристика ЧРУП «Свежие идеи» и проанализированы конкурентная среда исследуемой организации; разработаны рекомендации по совершенствованию существующей маркетинговой стратегии рекламного агентства «Свежие идеи».

Областью возможного практического применения являются рекомендации по совершенствованию маркетинговой стратегии различных организаций, предоставляющих рекламные услуги.

Элементом научной новизны полученных результатов являются мероприятия, направленные на улучшение маркетинговой стратегии рекламного агентства ЧРУП «Свежие идеи», что позволит ему расширить клиентскую базу. Такими мероприятиями могут являться: создание базы данных о клиентах, перспективах, источниках ссылок, услугах, доходах, связях и пр.; модернизация веб-сайта; поддержание высокой репутации агентства путем участия в благотворительных мероприятиях.

Автор работы подтверждает, что приведенный в ней аналитический и расчетный материал правильно и объективно отражает состояние исследуемого вопроса, а все заимствованные из литературных и других источников, теоретические и методологические положения и концепции сопровождаются ссылками на их авторов.

РЭФЕРАТ

Дыпломная праца: 56 с., 1 мал., 8 табл., 55 крыніц, 5 прыкладанняў.

Ключавыя словы: МАРКЕТЫНГ, СТРАТЭГІЯ АРГАНІЗЦЫІ, СТРАТЭГІЧНЫ МЕНЕДЖМЕНТ, РЭКЛАМНАЯ ДЗЕЙНАСЦЬ, МАРКЕТЫНГАВЫЯ ПАСЛУГІ, КАНКУРЭНТАЗДОЛЬНАСЦЬ

Аб'ект даследавання – маркетынговая стратэгія ЧРУП «Свежыя ідэі».

Мэта працы – вывучэнне тэарэтычных асноў маркетынгавай стратэгіі арганізацыі і шляхоў яе ўдасканалення ў сучасных умовах гаспадарання, вывучэнне і выяўленне моцных і слабых бакоў арганізацыі.

У працэсе працы раскрытая сутнасць і сучаснае значэнне маркетынгу; выяўленыя асаблівасці, задачы і функцыі стратэгіі маркетынгу; вызначаны асноўныя маркетынжавыя стратэгіі сучаснай арганізацыі; зроблена агульная характарыстыка ЧРУП «Свежыя ідэі» і прааналізаваны канкурэнтнае асяроддзе доследнай арганізацыі; распрацаваны рэкамендацыі па ўдасканаленні існуючай маркетынгавай стратэгіі рэкламнага агенцтва «Свежыя ідэі».

Вобласцю магчымага практычнага прымянення з'яўляюцца рэкамендацыі па ўдасканаленні маркетынгавай стратэгіі розных арганізацый, якія прадстаўляюць рэкламныя паслугі.

Элементарам навуковай навізны атрыманых вынікаў з'яўляюцца мерапрыемствы, накіраваныя на паліпшэнне маркетынгавай стратэгіі рэкламнага агенцтва ЧРУП «Свежыя ідэі», што дазволіць яму пашырыць кліенцкую базу. Такімі мерапрыемствамі могуць з'яўляцца: стварэнне базы дадзеных аб кліентах, перспектывах, крыніцах спасылак, паслугах, даходах, сувязях і інш.; мадэрнізацыя вэб-сайта; падтрыманне высокай рэпутацыі агенцтва шляхам удзелу ў дабрачынных мерапрыемствах.

Аўтар працы пацвярджае, што прыведзены ў ёй аналітычны і разліковы матэрыял правільна і аб'ектыўна адлюстроўвае стан доследнага пытання, а ўсе запазычаныя з літаратурных і іншых крыніц тэарэтычныя і метадалагічныя палажэнні і канцэпцыі суправаджаюцца спасылкамі на іх аўтараў.

ABSTRACT

Diploma work: 56p. 1 fig., 8 tables, 55 sources, 5 applications.

Keywords: MARKETING, THE STRATEGY OF THE ORGANIZATION, STRATEGIC MANAGEMENT, ADVERTISING, MARKETING SERVICES, COMPETITIVENESS

The object of study – marketing strategy PUAA «Fresh ideas».

Purpose – the study of the theoretical foundations of the marketing strategy of the organization and ways of its improvement in the current economic conditions, the study and identification of the strengths and weaknesses of the organization.

In the process disclosed the nature and current value of marketing; identified features, objectives and functions of marketing strategies; identifies the main marketing strategy of the modern organization; made general characteristics PUAA «Fresh ideas» and analyzed the competitive environment of the studied organization; developed recommendations to improve the existing marketing strategies of the advertising agency «Fresh ideas».

The area of possible practical applications are recommendations to improve marketing strategies of the various organizations providing advertising services.

Element of scientific novelty of the obtained results are activities aimed at improving the marketing strategy advertising agency «Fresh ideas» that will allow it to expand its customer base. Such activities can include the creation of database of clients, prospects, referrers, services, income, relationships, etc.; upgrading of the web-page; maintaining the high reputation of the agency through participation in charity events.

The author confirms that you are analytical and computational material correctly and objectively reflects the state of the question, and all borrowed from literary and other sources, theoretical and methodological principles and concepts accompanied by links to their authors.